

ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (UUPK) DALAM TRANSAKSI E- COMMERCE DI INDONESIA

Ananda Fadil Rassya Saputra¹, Aqila Judya Shafwa², Rohmatul Umam³
Universitas Muhammadiyah Jakarta

¹ azzoy1916@gmail.com

² aqilajudyal@gmail.com

³ rohmatulumum1001@gmail.com

Informasi artikel

Diterima :

02 Mei 2025

Direvisi :

26 Mei 2025

Disetujui :

04 Juni 2025

ABSTRACT

This study looks at how well Indonesian e-commerce transactions are handled by the Consumer Protection Law (UUPK) No. 8/1999. The study's findings, conducted using a normative-empirical qualitative approach, show that the UUPK has not been optimal in addressing digital challenges such as low consumer awareness, poor understanding of the UMKM law, long dispute mechanisms (45 days), and misalignment of regulations with technological advancements. Trends in complaints related to fraud, late delivery, and product non-conformity are confirmed by BPKN data (2017-2024). The comparative study with the EU ODR for 15 days suggested updates to the UUPK, legal education, a digital dispute system, and proportional sanctions. These steps should help to increase consumer safety and encourage the steady expansion of the digital economy.

Keywords: *E-commerce, UUPK, Consumer protection, dispute resolution, UMKM*

PENDAHULUAN

Pola perdagangan global telah diubah oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu dampak nyata dari digitalisasi adalah peningkatan aktivitas perdagangan elektronik, atau e-commerce, yang memungkinkan para pelanggan untuk melakukan pembelian dan penjualan melalui internet tanpa perlu bertemu langsung dengan penjual. Di Indonesia, pertumbuhan e-commerce ditandai dengan kemunculan berbagai stage seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada yang menawarkan kemudahan bertransaksi dan menghasilkan fasilitas yang efisien dan akses pasar yang luas.

Namun, di balik kemajuan yang dicapai, muncul berbagai tantangan dalam perlindungan hukum bagi konsumen. Hal ini berpotensi menyebabkan pelanggaran hak-hak konsumen di

tengah pesatnya pertumbuhan e-commerce. Di antara tantangan tersebut adalah kasus penipuan, barang yang cacat, informasi produk yang tidak jelas, pengiriman yang lambat, hingga pelanggaran privasi. Terlepas dari fakta bahwa Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan dasar hukum, implementasinya masih terhambat oleh berbagai kendala dalam menangani kompleksitas transaksi yang melibatkan hak serta kewajiban konsumen sertabegitu juga pelaku ekonomi.

Konsumen yang tidak memahami hak-hak mereka dalam transaksi e-commerce merupakan masalah utama. Banyak konsumen yang belum memahami mekanisme pengaduan ketika menerima barang yang tidak sesuai atau menjadi korban penipuan. Sebaliknya, pelaku usaha seringkali tidak memenuhi janji mereka untuk memberikan informasi produk yang jelas dan akurat, seperti yang terjadi pada produk palsu atau promosi yang menyesatkan. Masalah ini semakin rumit ketika berurusan dengan transaksi lintas batas yang melibatkan yurisdiksi hukum yang berbeda. Perlindungan informasi pribadi konsumen juga menjadi perhatian penting. Meskipun Indonesia memiliki Undang-Undang Perlindungan Informasi Pribadi, upaya yang dilakukan harus ditingkatkan untuk menghindari penyebaran dan penyalahgunaan data.

Tantangan lain adalah mekanisme penyelesaian sengketa yang belum efektif untuk transaksi advanced. Konsumen merasa proses melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan terlalu lama dan berbelit-belit. Selain itu, pelaku usaha khususnya UMKM seringkali kurang memahami kewajiban hukum mereka dalam e-commerce karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Untuk mengatasi berbagai masalah ini, diperlukan beberapa langkah strategis. Pertama, UUPK perlu diperbarui agar lebih relevan dengan perkembangan e-commerce dan diselaraskan dengan regulasi lain seperti UU PDP. Kedua, perlu dikembangkan sistem penyelesaian sengketa online yang lebih efisien. Ketiga, edukasi hukum perlu ditingkatkan baik bagi konsumen maupun pelaku usaha UMKM. Terakhir, pengawasan terhadap stage e-commerce harus diperketat dengan penegakan sanksi yang lebih konsisten.

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis e-commerce Indonesia telah berkembang pesat. Meskipun demikian, banyak hambatan yang menghalangi pelaksanaannya. Karena model bisnis e-commerce Indonesia relatif baru, belum ada infrastruktur IT dan jaringan internet yang memadai. Selain itu, hak-hak konsumen dalam transaksi digital belum sepenuhnya dilindungi oleh undang-undang saat ini, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Aspek pengawasan, penegakan hukum, dan sistem penyelesaian sengketa yang efektif adalah masalah tambahan. Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, penulis ingin menyelidiki seberapa efektif UUPK dalam melindungi konsumen di industri e-commerce Indonesia.

Karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif UUPK dalam melindungi konsumen dan dalam transaksi e-commerce di Indonesia. Dengan mengkonfirmasi penerapan peraturan ini, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang upaya konsumen untuk melindungi hukum di era digital. Di Indonesia, perlindungan hukum konsumen e-commerce dapat ditingkatkan secara signifikan dengan memperkuat regulasi, penegakan hukum, dan pendidikan. Hal ini tidak hanya akan melindungi hak-hak konsumen tetapi juga menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih sehat dan berkelanjutan. Upaya kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat diperlukan untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang ideal di period computerized yang terus berkembang pesat ini. Pada akhirnya, perlindungan konsumen yang baik akan mendorong pertumbuhan ekonomi computerized Indonesia secara lebih inklusif dan berkeadilan.

KAJIAN LITERATUR

Efektifitas Hukum

Hukum dalam kamus besar bahasa Indonesia yaitu peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah. Menurut Satjipto Rahardjo hukum adalah karya manusia berupa norma-norma berisikan petunjuk-petunjuk tingkah laku. Hukuman adalah representasi dari keinginan manusia tentang bagaimana dan ke mana masyarakat harus bergerak. (Asifah Elsa Nurahma Lubis1 & Farhan Dwi Fahmi, 2021).

Selain itu, Kamus Besar Bahasa Indonesia mengatakan bahwa "efektif" berarti "ada efeknya". yang mencakup arti seperti adanya akibat, pengaruh, kesamaan, manfaat, dan keberhasilan dalam mencapai hasil yang diinginkan. Efektivitas juga dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan yang memiliki pengaruh serta akibat yang ditimbulkan, yang mampu memberikan hasil yang nyata, dan merupakan cerminan dari keberhasilan suatu usaha atau tindakan.

Menurut Soerjono Soekanto, teori efektivitas hukum mengacu pada sikap atau perilaku yang pantas dan teratur sehingga hukum dianggap sebagai tindakan yang diulang-ulang dengan tujuan tertentu. Keberhasilan penegakan hukum sangat bergantung pada seberapa efektif penegakan hukum itu sendiri. Aparat penegak hukum harus memiliki kemampuan untuk menerapkan sanksi yang telah ditetapkan untuk memastikan sistem hukum beroperasi dengan baik. Penggunaan sanksi ini menunjukkan bahwa hukum bekerja.. (Soerjono Soekanto. 2007)

Efektivitas hukum merupakan konsep penting dalam ilmu hukum yang berkaitan dengan seberapa jauh norma hukum berhasil mencapai tujuan yang diharapkan dalam masyarakat. Hukum yang efektif mampu mengatur perilaku masyarakat, memberikan kepastian hukum, serta mewujudkan keadilan (Satjipto Rahardjo, 2009). Dalam konteks modern, efektivitas hukum menjadi semakin penting karena masyarakat yang dinamis menuntut hukum yang mampu beradaptasi dengan perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi.

Perlindungan Konsumen

Saat ini, masyarakat memanfaatkan transaksi e-commerce sebagai bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun kegiatan belanja daring memberikan kemudahan dan kecepatan, muncul tantangan baru terkait upaya menjaga keamanan konsumen. Pemerintah Indonesia telah menetapkan dasar hukum melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kedua regulasi tersebut menetapkan perlindungan hak-hak konsumen, seperti hak atas rasa aman, nyaman, keselamatan, kebebasan dalam memilih produk atau jasa, serta hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan benar. Selain itu, pelaku usaha wajib menyampaikan informasi secara akurat dan bertanggung jawab jika konsumen mengalami kerugian akibat barang atau jasa yang ditawarkan (Firyaaal Shabrina Izazi, Priya Sajena, Ratnarisa Sashi Kirana, Kristin Marsaulina, 2024).

Hukuman yang mengatur dan menjamin kepentingan konsumen dikenal sebagai perlindungan konsumen. Sangat penting bagi konsumen untuk memiliki keyakinan hukum, seperti yang digariskan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Berbicara tentang perlindungan konsumen selalu berkaitan dengan memastikan hak-hak konsumen dilindungi dari berbagai pelanggaran yang mungkin terjadi selama transaksi barang dan jasa. (Yuyut Prayuti, 2024).

Menurut A. Z. Nasution, hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang mencakup asas dan kaidah yang ditujukan untuk melindungi kepentingan konsumen. Secara lebih luas, hukum konsumen mengatur hubungan antara berbagai pihak terkait dengan barang atau jasa. Perlindungan konsumen, dalam konteks umum, dapat dipahami sebagai upaya hukum yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari potensi kerugian dalam memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini bertujuan untuk menciptakan keadilan dan kepastian dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha (Yanci Libria Fista dan Aris Machmud, Suartini, 2023).

E-Commerce

Dalam era digitalisasi, perkembangan teknologi telah secara signifikan mengubah cara transaksi ekonomi berlangsung, yang merupakan elemen krusial dalam kemajuan bisnis. Hal ini mendorong kemunculan perdagangan elektronik, atau yang lebih dikenal dengan sebutan E-commerce. E-commerce adalah membeli dan menjual barang dan jasa yang ditawarkan secara elektronik melalui internet, memungkinkan pembeli dari berbagai bagian dunia untuk membeli dari penjual tanpa meninggalkan rumah mereka. Seiring dengan itu, E-commerce telah mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi salah satu sektor ekonomi global yang paling berkembang (Al Anshari dan Jaharrudin, 2024).

Menurut Laudon dan Traver (2018), Electronic Commerce (e-commerce) mencakup seluruh aktivitas jual beli yang terjadi melalui jaringan elektronik, terutama internet. Definisi ini menunjukkan bahwa e-commerce meliputi lebih dari sekadar transaksi jual beli; ia juga mencakup proses pemasaran, pelayanan pelanggan, serta kolaborasi antar bisnis yang didasarkan pada teknologi digital. Selain itu, Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa e-commerce merupakan bagian dari evolusi pemasaran modern yang mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi daring, dengan tujuan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi bisnis.

E-commerce telah membawa banyak perubahan signifikan dalam proses transaksi jual beli. Dalam dunia e-commerce, pembeli dan penjual tidak perlu bertemu secara langsung, berbeda dengan cara perdagangan konvensional. Dengan demikian, e-commerce memungkinkan bisnis untuk berkembang pesat karena dapat mencapai setiap negara. Berbisnis secara online memiliki banyak keuntungan dibandingkan dengan berbisnis secara offline. Pembayaran bisnis online lebih mudah, lebih murah, dan lebih efisien karena adanya berbagai opsi trading. (Nahya Astriana & Jaharuddin, 2024).

Dalam e-commerce, kedua belah pihak berinteraksi melalui transaksi jual beli yang dilakukan secara online. Penjual mempromosikan barang-barang mereka dengan menampilkan katalog di situs web atau platform lainnya. Setiap produk yang ditawarkan biasanya dilengkapi dengan informasi spesifik mengenai karakteristiknya, sehingga pembeli dapat memastikan kesesuaian produk tersebut dengan kebutuhan mereka. Saat ini, terdapat banyak situs yang menjual berbagai produk, seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain. Proses pembayaran dalam e-commerce dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti melalui transfer bank, cash on delivery (COD), atau menggunakan kartu kredit di minimarket seperti Indomaret atau Alfamart. Meskipun demikian, disarankan untuk menghindari menggunakan kartu kredit karena berpotensi mengandung unsur riba, yang tidak dianjurkan dalam Islam. Tahun 2022, Elisa Siti Widyastuti, Tiya Rissa Kamila, dan Panji Adam Agus Putra melakukan penelitian ini. Dengan pertumbuhan pesat dunia e-commerce di Indonesia, ada tantangan baru dalam hal perlindungan konsumen. Pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) untuk melindungi hak konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dan normatif-empiris untuk menentukan seberapa efektif UU Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam transaksi e-commerce di Indonesia. Penelitian ini meninjau undang-undang, keputusan pengadilan, dan kasus sengketa konsumen digital untuk melihat apakah UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) berfungsi dengan baik dalam transaksi perdagangan elektronik (e-commerce) di Indonesia dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif. Informasi dikumpulkan dari laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), serta studi akademis tentang perlindungan konsumen di lingkungan digital (Badruzaman, 2020; Kemenkopukm, 2022). Analisis fokus pada aspek

kepatuhan perusahaan, proses penyelesaian sengketa, dan daya tanggap hukum terhadap transaksi elektronik.

Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam mengenai fenomena yang ada melalui analisis kebijakan, praktik di lapangan, serta tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Dalam penelitian ini, digunakan pula pendekatan sekunder, yang mencakup dokumen hukum seperti UUPK No. 8 Tahun 1999, peraturan turunannya, keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) tentang sengketa konsumen, dan laporan riset dan keluhan konsumen dari lembaga seperti Bank Indonesia dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Sebagai sumber informasi, peneliti memanfaatkan peraturan perundang-undangan, dokumen resmi, buku literatur, dan berbagai sumber kepustakaan lainnya yang relevan dengan subjek penelitian. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Abdulkadir Muhammad menyatakan bahwa tujuan penelitian hukum deskriptif adalah untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh tentang keadaan hukum yang berlaku di suatu tempat di masyarakat. Penelitian ini juga mencakup analisis isi dan struktur hukum positif, serta langkah-langkah yang diambil untuk menentukan makna dari aturan hukum yang digunakan sebagai referensi untuk menyelesaikan berbagai masalah hukum yang menjadi fokus penelitian. (Sonia Mahayani, Ahmad Zuhairi, Moh. Saleh, 2022).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pola transaksi ekonomi di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, telah diubah oleh kemajuan dalam bidang komunikasi dan teknologi informasi. Istilah "e-commerce" atau "perdagangan online" digunakan untuk merujuk pada jenis transaksi yang dilakukan melalui media internet. Dengan adanya e-commerce, penjual yang memiliki toko fisik maupun online tidak lagi harus menghabiskan waktu untuk membangun toko, menetapkan jam kerja, atau menampilkan produk secara fisik. Namun, perlu dicatat bahwa pada zaman Rasulullah, sistem jual beli online belum ada, sehingga status legalitasnya masih dipertanyakan. Di samping itu, Al-Qur'an dan hadis tidak memberikan keterangan yang menunjukkan bahwa pembelian melalui media kontemporer, termasuk internet, adalah ilegal. Masyarakat Islam saat ini memerlukan ketetapan hukum untuk menentukan status legalitas isu-isu kontemporer (Muhammad Rizaldi, Hartutik, Jaharuddin, 2020).

Laporan Deloitte (2023) menyatakan bahwa Indonesia mungkin salah satu pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara dengan transaksi senilai lebih dari 44 miliar dolar. Pertumbuhan pesat ini membawa implikasi pada perlindungan konsumen, mengingat semakin banyak orang yang bergantung pada layanan digital yang sering kali minim regulasi.

UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) diciptakan untuk memberikan dasar hukum yang kukuh dalam melindungi hak-hak konsumen. Namun, regulasi yang dirumuskan lebih dari dua dekade yang lalu ini kini menghadapi berbagai tantangan, terutama saat diterapkan dalam transaksi digital yang semakin kompleks. Dalam dunia e-commerce, hubungan antara penjual dan pembeli bersifat tidak langsung, sehingga potensi terjadinya informasi yang tidak seimbang menjadi sangat tinggi. Konsumen sering kali dihadapkan pada berbagai masalah, seperti keterlambatan pengiriman, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, produk yang rusak, hingga risiko penipuan digital.

Pelaksanaan UUPK di kalangan pelaku usaha e-commerce menunjukkan dinamika yang beragam. Platform besar seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Bukalapak telah mengimplementasikan berbagai fitur seperti perlindungan pembeli, pengembalian dana otomatis, serta sistem pengaduan digital untuk memastikan perlindungan konsumen (YLKI, 2023). Namun tantangan tetap ada, terutama bagi UMKM yang memanfaatkan pasar sebagai saluran penjualan. Banyak dari UMKM ini yang belum sepenuhnya memahami kewajiban hukum mereka dalam menyediakan informasi yang jujur dan transparan kepada konsumen.

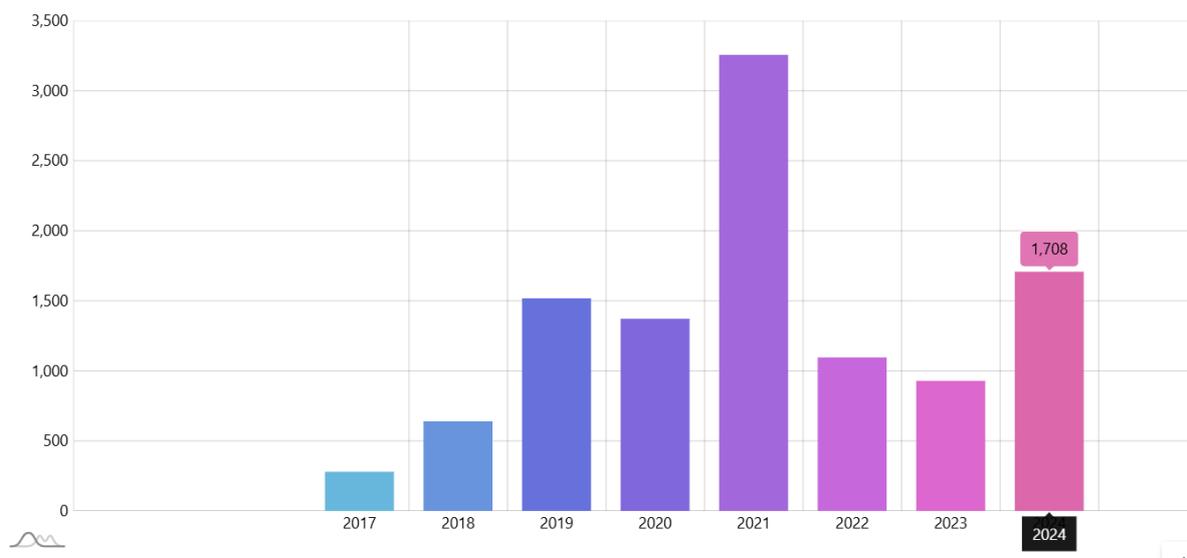
Data dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mencatat bahwa adanya pengaduan konsumen dalam sektor e-commerce mencapai 3.256 kasus pada 2021, turun menjadi 1.096 pada 2022, dan 929 pada 2023. Sejak 2017, BPKN mencatat 280 aduan—angka terendah selama studi—dan kemudian meningkat menjadi 640 aduan pada 2018 dan 1.518 aduan pada 2019. Ini menunjukkan peningkatan kesadaran dan kepercayaan konsumen untuk melapor ke BPKN.

Pada awal pandemi, ada sedikit penurunan aduan ke 1.372 pada 2020. Namun, pada 2021, pengaduan melonjak tajam menjadi 3.256 ketika banyak konsumen menghadapi masalah seperti pembatalan layanan, keterlambatan pengiriman, dan kelangkaan produk kesehatan BPKN.

Setelah pandemi berakhir, jumlah aduan turun dari 1.096 pada 2022 menjadi 929 pada 2023. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar bisnis telah menyesuaikan diri dengan protokol kesehatan dan sistem layanan pelanggan BPKN. Namun, laporan Hukum online menunjukkan bahwa dari 918 keluhan yang diajukan pada tahun 2023, sektor perumahan menerima 313 aduan, diikuti oleh e-commerce dan jasa keuangan digital, yang memerlukan perhatian khusus regulator Hukum Online.

Pada tahun 2024, kebangkitan kembali terjadi ketika BPKN menerima 1.708 pengaduan hingga 26 November. Laporan akhir tahun mencatat 1.733 pengaduan dan potensi kerugian konsumen sebesar Rp 424,26 miliar, dengan pemulihan baru dari BPKN Hukum Online sebesar Rp 44,82 miliar. Dari pengaduan ini, sektor ekonomi kreatif menjadi perhatian utama, dengan 520 laporan menyoal mekanisme refund acara dan penyelenggaraan online, menunjukkan pergeseran besar dari sengketa online.

Setelah mencatat 22 aduan e-commerce hanya dari Januari hingga Februari 2023, BPKN mengimbau konsumen untuk berhati-hati saat bertransaksi melalui aplikasi digital dalam upaya menangani kompleksitas masalah baru. Selain itu, Ketua BPKN menegaskan bahwa pengetahuan konsumen harus ditingkatkan dan penerapan undang-undang harus disesuaikan. Ini termasuk menyesuaikan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan menambahkan mekanisme non-litigasi dan ODR (Online Dispute Resolution).

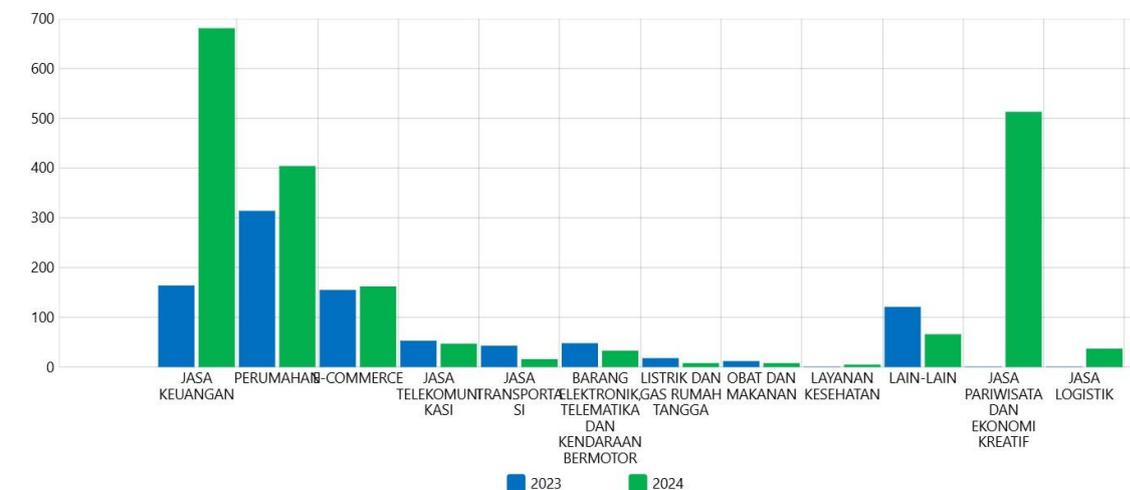


Gambar 1. Grafik Pengaduan Tahun 2017 - 2024

Sumber : Diolah penulis

Jumlah pengaduan yang tercatat dalam industri e-commerce sedikit meningkat, meningkat dari 155 kasus pada tahun 2023 menjadi 162 kasus pada tahun 2024. Tujuh aduan yang meningkat, atau sekitar 4,5 persen, menunjukkan bahwa pelaku usaha telah berusaha

memperbaiki proses transaksi dan layanan purnajual, tetapi masalah seperti keterlambatan pengiriman, kesalahan pemesanan, dan masalah refund terus muncul. Agar kepercayaan publik terhadap platform digital dapat tumbuh secara berkelanjutan, tren ini menunjukkan bahwa standar operasional e-commerce harus ditingkatkan, terutama dalam hal transparansi proses pengembalian dana dan penanganan keluhan konsumen.



Gambar 2. Perbandingan Jumlah Pengaduan Tahun 2023 - 2024

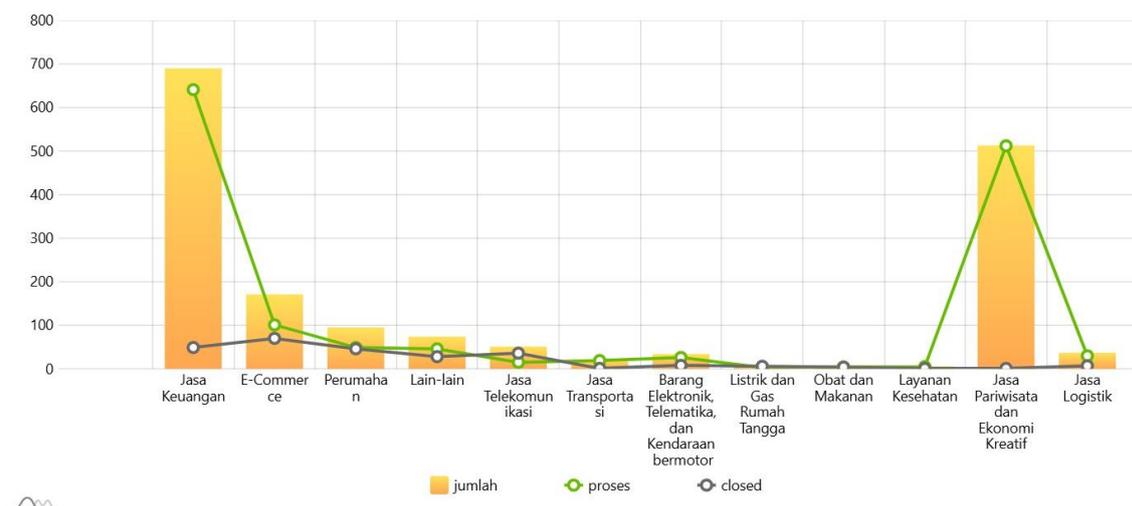
Sumber : Diolah penulis

Per 26 November 2024, sektor e-commerce menyumbang 10% dari total pengaduan yang diterima BPKN, dengan 171 kasus dari 1.708 pengaduan. Angka ini menunjukkan bahwa e-commerce adalah salah satu industri yang paling banyak dikritik. Ini mungkin disebabkan oleh peningkatan transaksi digital, banyaknya penipuan online, atau masalah layanan seperti keterlambatan pengiriman barang dan ketidaksesuaian produk dengan deskripsi.

Dari 171 pengaduan di bidang e-commerce, 70 kasus (40,9%) telah ditutup, sementara 101 kasus lainnya (59,1%) masih dalam proses penanganan. Tingkat penyelesaian pengaduan yang masih kurang dari 50% menunjukkan bahwa ada perlunya evaluasi menyeluruh terhadap seberapa efektif proses penanganan keluhan. Faktor seperti kompleksitas kasus, ketersediaan sumber daya yang terbatas, atau durasi investigasi yang lama dapat menyebabkan penundaan penyelesaian.

Fakta bahwa banyak pengaduan muncul di sektor E-Commerce menunjukkan betapa pentingnya meningkatkan peraturan dan pengawasan transaksi digital. BPKN harus bekerja sama dengan pelaku usaha, regulator, dan platform e-commerce untuk meningkatkan layanan, menjaga data pelanggan, dan memastikan semua transaksi transparan. Sebaliknya, meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak dan kewajiban pelaku usaha dapat mengurangi kemungkinan konflik di masa depan.

Secara keseluruhan, meskipun 40,9% kasus telah diselesaikan, mayoritas pengaduan di sektor E-Commerce masih memerlukan penanganan serius. Percepatan penyelesaian kasus, peningkatan kapasitas tim, dan kerja sama antar-pemangku kepentingan adalah kunci untuk mengurangi jumlah pengaduan dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi secara digital.



Gambar 3. Status Pengaduan Konsumen BPKN Per 26 November 2024

Sumber : Diolah penulis

Dalam sistem hukum perlindungan konsumen digital, aspek penyelesaian sengketa memegang peran vital. Sistem mediasi yang dijalankan oleh BPKN atau platform penyelesaian internal belum sepenuhnya mampu menyelesaikan konflik secara tuntas dan efisien. Rata-rata penyelesaian kasus membutuhkan waktu 45 hari, melebihi batas ideal penyelesaian sengketa 30 hari. Hal ini diperparah dengan minimnya integrasi sistem pelaporan digital antara instansi, serta keterbatasan sumber daya manusia yang memahami teknis hukum digital.

Studi perbandingan dengan Uni Eropa memberikan pelajaran penting. Untuk membantu penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha internasional, Uni Eropa telah menerapkan Online Dispute Resolution (ODR) berbasis web. Dengan sistem ini, rata-rata penyelesaian sengketa hanya membutuhkan 15 hari kerja. ODR di Uni Eropa bersifat wajib bagi semua platform digital, dan konsumen dapat mengaksesnya secara langsung tanpa biaya (European Commission, 2023).

Rekomendasi strategis untuk meningkatkan efektivitas UUPK dalam e-commerce meliputi empat hal utama. Pertama, pemerintah perlu mengembangkan sistem pengaduan digital nasional yang terintegrasi, cepat, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Kedua, diperlukan peningkatan kapasitas pemahaman hukum digital bagi pelaku UMKM melalui pelatihan, sosialisasi, dan dukungan hukum. Ketiga, skema sanksi administratif perlu disesuaikan dengan omzet tahunan pelaku usaha agar sanksi lebih efektif sebagai efek jera. Keempat, penting untuk mengimplementasikan sistem penyelesaian sengketa daring (ODR) nasional. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce yang dilakukan di Indonesia dapat menjadi lebih efektif, mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, dan siap menghadapi tantangan globalisasi ekonomi digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Studi ini menganalisis bagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No. 8 Tahun 1999 diterapkan pada transaksi e-commerce di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, meskipun UUPK telah berfungsi sebagai dasar hukum utama untuk melindungi hak-hak konsumen, implementasinya belum sepenuhnya mampu menangani perkembangan dinamis dan kompleks transaksi digital. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman konsumen tentang hak-hak mereka, termasuk hak untuk mengajukan pengaduan resmi ketika menghadapi masalah seperti produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, penipuan, atau keterlambatan pengiriman. Pelaku usaha, terutama UMKM, seringkali tidak memahami kewajiban hukum mereka, termasuk memberikan

informasi produk yang jelas dan akurat, dan bertanggung jawab atas apa pun yang terjadi pada konsumen.

Jumlah pengaduan konsumen e-commerce terus berubah, menurut data dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Pada tahun 2021, terutama selama pandemi Covid - 19, jumlah pengaduan mencapai 3.256, tetapi kemudian turun menjadi 929 pada tahun 2023. Masalah seperti keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian produk, dan penipuan masih menjadi masalah utama. Selain itu, metode penyelesaian sengketa saat ini, seperti melalui BPKN atau pengadilan, dianggap tidak efektif karena memerlukan waktu sekitar 45 hari, jauh lebih lama daripada sistem penyelesaian sengketa online (ODR) di Uni Eropa yang dapat menyelesaikan sengketa dalam 15 hari. Ketidaksesuaian ini menunjukkan bahwa sistem hukum Indonesia harus dimodernisasi untuk memenuhi kebutuhan transaksi digital yang cepat dan lintas batas.

Studi juga menemukan bahwa ada perbedaan antara UUPK dan kemajuan teknologi, terutama dalam hal menjaga data pribadi konsumen dan transaksi lintas yurisdiksi. Walaupun Indonesia memiliki Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), integrasinya dengan UUPK harus diperkuat untuk mencegah kebocoran data dan penyalahgunaan informasi. Selain itu, masalah ini semakin diperparah karena pelaku usaha UMKM dan konsumen kurang dididik tentang hukum. Banyak orang tidak tahu bagaimana mengadukan atau hak mereka dalam transaksi digital.

Menurut penelitian ini, ada sejumlah langkah strategis yang dapat diambil untuk meningkatkan efektivitas UUPK. Pertama, undang-undang UUPK harus diubah agar lebih sesuai dengan perkembangan e-commerce, seperti menggabungkannya dengan UU PDP dan mengatur transaksi lintas batas. Kedua, untuk mempercepat penyelesaian sengketa yang jelas dan mudah diakses, sistem pengaduan digital dan ODR nasional harus dikembangkan secara bersamaan. Ketiga, memberi pelaku usaha dan konsumen pendidikan hukum untuk memahami hak dan kewajiban mereka. Keempat, efek jera dapat dicapai melalui penegakan sanksi administratif yang proporsional terhadap pelanggar dan disesuaikan dengan pendapatan perusahaan.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce dapat menjadi lebih efektif, memberikan kepastian hukum dan membangun ekosistem digital yang adil dan berkelanjutan. Studi ini menemukan bahwa pelaksanaan yang lebih luas dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dapat meningkatkan kinerja transaksi e-commerce di Indonesia, terutama dalam hal penegakan hukum, penyelesaian sengketa, dan peningkatan kesadaran hukum konsumen. Tingkat kepuasan konsumen terhadap tanggapan platform e-commerce, tingkat keluhan konsumen yang diselesaikan sesuai dengan ketentuan UUPK, dan sejauh mana konsumen menyadari hak-hak mereka di bawah UUPK adalah beberapa indikasi dari peningkatan kinerja UUPK.

Tujuan tersebut dapat dicapai hanya dengan kerja sama dari berbagai pemangku kepentingan—pemerintah, platform e-commerce, pelaku usaha, dan masyarakat. Pada akhirnya, keamanan konsumen yang kuat akan mendorong kepercayaan publik dalam transaksi digital, yang akan mempercepat pertumbuhan ekonomi digital Indonesia yang inklusif dan kompetitif di tingkat global.

REFERENSI

- Asifah Elsa Nurahma Lubis, & Farhan Dwi Fahmi. (2021). *Pengenalan dan definisi hukum secara umum (literature review etika)*.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2024). *Laporan statistik pengaduan konsumen tahun 2017–2024*. BPKN.
- BPKN. (2024). *Laporan tahunan BPKN 2023–2024*.

- Firyaal Shabrina Izazi, Priya Sajena, Ratnarisa Sashi Kirana, & Kristin Marsaulina. (2024). *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik*. Bengkulu.
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini. (2023). Tinjauan UU perlindungan konsumen terhadap transaksi e-commerce di Indonesia.
- Indonesia.go.id. (2024). *Upaya penguatan perlindungan konsumen di Indonesia*. <https://www.indonesia.go.id>
- Irawati, Y. (2024). Perbandingan aspek hukum perlindungan konsumen dalam aktivitas transaksi digital. *FH UPNP Journal*.
- Jaharuddin, & Al Anshari. (2024). Nilai-nilai etika Islam dalam pelaksanaan bisnis elektronik modern.
- Jaharuddin, & Astriana, N. (2024). Pengaruh perdagangan digital terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- KPPU. (2024). *Laporan kinerja tahunan KPPU tahun 2023*.
- Kurnia, E., & Suryani, E. (2022). Peran pengetahuan dan kepercayaan diri dalam perilaku pengaduan konsumen di Indonesia. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2018). *E-commerce: Business, technology, society* (13th ed.). Pearson Education.
- Mahayani, S., Zuhairi, A., & Saleh, M. (2024). Analisis tanggung jawab pelaku usaha atas produk cacat berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- Mufti. (2024, Maret 12). BPKN menerima 1.733 laporan konsumen dari beragam sektor selama tahun 2024. *Hukumonline*. <https://www.hukumonline.com>
- Nugraha, A. (2023). Indonesian consumer complaint behavior based on ethnic groups and generations. *GAMAIJB, Universitas Gadjah Mada*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Statistik dan data konsumen: Laporan pengaduan*. <https://www.ojk.go.id>
- Permana, H. (2022). Pemetaan isu dalam perdagangan elektronik dan kebijakan perlindungan konsumen di Indonesia. *Journal of Economics Business and Accountancy Ventura*.
- Prayuti, Y. (2024). Analisis hukum terhadap perlindungan data dan konsumen di era e-commerce digital.
- Rahardjo, S. (2009). *Penegakan hukum dalam perspektif sosiologis*. Genta Publishing.
- Rizaldi, M., Hartutik, & Jaharuddin. (2020). Kajian hukum Islam dan hukum positif terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi daring (Studi kasus: Perusahaan Lazada).
- Soekanto, S. (2007). *Dasar-dasar sosiologi hukum*. PT Raja Grafindo Persada.
- Widyastuti, E. S., Kamila, T. R., & Putra, P. A. A. (2022). *Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce: Suatu perspektif hukum Islam*.
- YLKI. (2023). *Data statistik pengaduan terkait e-commerce*.
- Yozami, M. A. (2023, Desember 18). Laporan BPKN: Sektor perumahan dominasi aduan konsumen sepanjang 2023. *Hukumonline*. <https://www.hukumonline.com>